

**PERANCANGAN ANIMASI 2D UNTUK KAMPANYE
YOGYAKARTA SEBAGAI KOTA SEPEDA**



**KARYA DESAIN
AKBAR ANNASHER**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2012**

**PERANCANGAN ANIMASI 2D UNTUK KAMPANYE
YOGYAKARTA SEBAGAI KOTA SEPEDA**



**KARYA DESAIN
AKBAR ANNASHER**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2012**

**PERANCANGAN ANIMASI 2D UNTUK KAMPANYE
YOGYAKARTA SEBAGAI KOTA SEPEDA**



KARYA DESAIN

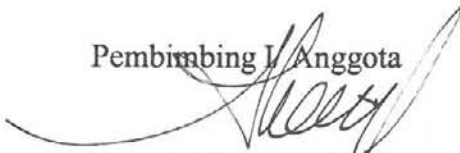
**Diajukan oleh
Akbar Annasher
NIM 0711582024**

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2012**

Tugas Akhir Desain berjudul:

PERANCANGAN ANIMASI 2D UNTUK KAMPANYE YOGYAKARTA SEBAGAI KOTA SEPEDA, diajukan oleh Akbar Annasher, NIM 0711582024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 5 Juli 2012 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota


Drs. Arif Agung S, M.Sn
NIP.196711161993031001


Pembimbing II/ Anggota


Andi Haryanto M. Sn
NIP.198011252008121003

Cognate/ Anggota


Hesti Rahayu, S.Sn, MA
NIP.197407301998021001

Anggota/Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual


Drs. Hartono Karnadi, M. Sn
NIP.196502091995121001

Anggota/Ketua Jurusan Desain


Drs. Lasimah, M. Sn
NIP.195705131988031001

Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Rupa Indonesia Yogyakarta


Dr. Suastiwi, M.Des
NIP.195908021988032002

PERNYATAAN KEASLIAN

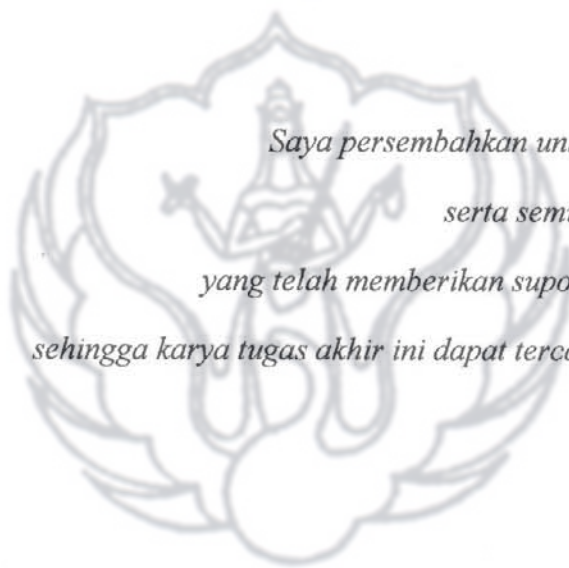
Saya menyatakan bahwa tugas akhir yang berjudul : **PERANCANGAN ANIMASI 2D UNTUK KAMPANYE YOGYAKARTA SEBAGAI KOTA SEPEDA**

Yang telah dibuat untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Seni Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Sejauh ini yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari tugas akhir yang sudah dipublikasikan atau yang pernah digunakan untuk mendapatkan gelar sarjana di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta, kecuali bagian yang dicantumkan sumber informasi.



Akbar Annasher

071 1582 034



*Saya persembahkan untuk Ayah dan Ibu
serta semua keluarga saya
yang telah memberikan suport serta do'a nya
sehingga karya tugas akhir ini dapat tercapai dengan baik*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayahnya sehingga dapat terselesaikannya Karya Desain Tugas Akhir ini dengan lancar dan baik.

Tugas Akhir Karya Desain “Perancangan Komunikasi Visual Animasi 2D Kampanye Yogyakarta Sebagai Kota Sepeda” ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana dalam bidang Desain Komunikasi Visual. Karya Desain Tugas Akhir ini juga merupakan salah satu pertanggung jawaban dalam pemenuhan tugas perkuliahan serta bukti dari seluruh mata kuliah yang ditempuh selama menjalani pendidikan di Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta sejak tahun 2007 hingga 2012.

Dalam Karya Desain Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan atau jauh dari kesempurnaan, karena sejatinya kesempurnaan hanya milik Tuhan Ynag Maha Esa, oleh karena itu segala bentuk kritik dan juga saran diharapkan dapat membangun demi kemajuan di masa yang akan datang.

Semoga Karya Desain Tugas Akhir ini bermanfaat bagi semua pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 5 Juli 2012

Penyusun

Akbar Annasher

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini semua tidak lepas dari bimbingan dan segala bantuan dari berbagai pihak. Dalam sebuah hadits diriwayatkan bahwa “belum dikatakan bersyukur kepada Allah apabila belum bersyukur pada manusia”, maka perkenankan saya untuk menyampaikan rasa syukur dan terimakasih saya sebesar-besarnya kepada:

- Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya.
- Nabi Muhammad SAW atas segala petunjuk dan jalan kebenaran umat islam di seluruh alam.
- Prof. Dr. A.M. Hermien Kusmayati selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Bapak Drs. M. Umar Hadi, M.S selaku Dekan FSR ISI Yogyakarta.
- Bapak Lasiman, selaku Ketua Jurusan Desain.
- Bapak Drs. Hartono Karnadi, M. Sn. Selaku ketua program studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta.
- Bapak Drs. Arief Agung Swasono, M. Sn. Selaku dosen pembimbing I tugas akhir saya, terimakasih atas waktu bapak memberikan bimbingan kepada saya dengan kesabaran hingga terselesaikan tugas akhir ini.
- Bapak Andi Haryanto, M. Sn selaku dosen pembimbing II tugas akhir saya, terimakasih atas waktu dan sarannya.
- Terimakasih kepada ayah dan ibu saya tercinta atas segala do'a dan dukungannya.
- Terimakasih kepada adiku Nenden Asriani atas dukungan dan bantuannya dalam proses pengerjaan karya.
- Terimakasih kepada Mas Lilik Sumantoro atas segala bantuannya dalam pengerjaan karya desain ini.
- Mas Muhammad Zukhronee Muslim atas segala bantuan dan suportnya.
- Mas Endah, Asharudin, mbak Sari, Mbak Arry, Mas Jabrik, Mas Jimmy, atas bantuan dan do'anya.
- Semua staf Studio Imunimasi yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas bantuan dan juga saran.

- Mbak Muthmainah atas pinjaman buku yang sangat membantu hingga terselesaikan Karya ini.
- Teman-teman Handfires Studio, Teja, Soni, Indra, Randy, Rita, Arif, dan Tredi atas segala bantuan serta dukungannya.
- Teman – teman sapoelidi' 07, Sekar, Fuad, Tredi, Indra, Endro, Hendra, Bangkit, Ato, Riyo, dan semua angkatan 2007 atas bantuan, suport, dan juga do'anya.

Terimakasih kepada semua orang yang telah membantu saya baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu.



ABSTRAK

Akbar Annasher

PERANCANGAN ANIMASI 2D UNTUK KAMPANYE YOGYAKARTA SEBAGAI KOTA SEPEDA

Sepeda merupakan alat transportasi yang sebenarnya tidak asing lagi di Yogyakarta. Keberadaan sepeda di Kota Yogyakarta sudah ada ketika pasca kemerdekaan Republik Indonesia hingga tahun 1980-an, namun seiring dengan perkembangan jaman, sepeda mulai dilupakan oleh masyarakat, berubahnya pola pikir masyarakat dan kebutuhan hidup yang semakin meningkat menjadi titik balik masyarakat beralih ke kendaraan yang lebih efisien, seperti sepeda motor. Yogyakarta menjadi semakin padat akan kendaraan bermotor, dan muncul berbagai dampak negatif seperti polusi udara yang semakin meningkat, kemacetan terjadi di beberapa titik, dan juga menghilangkan unsur budaya bersepeda di Yogyakarta. Perancangan ini bertujuan untuk mendukung program pemerintah Segosegawe dan himbauan kepada masyarakat Yogyakarta akan pentingnya mengubah pola pikir dan juga gaya hidup kembali menggunakan transportasi sepeda.

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis 5W+1H. What, apa yang akan dirancang? Yaitu animasi 2D untuk kampanye Yogyakarta Sebagai Kota Sepeda. Who, siapa saja sasaran dari prancangan ini? semua kalangan masyarakat Yogyakarta. When, Kapan perancangan ini akan dipublikasikan? pada saat hari jadi Kota Yogyakarta 7 Oktober. Why, Mengapa perancangan ini perlu dilakukan? Untuk mendukung program pemerintah "Segosegawe". Where, Dimana perancangan ini akan dipublikasikan? Di televisi lokal, bioskop, dan media elektronik luar ruang lainnya. How, Bagaimana perancangan ini akan disampaikan? Dengan menciptakan tagline baru yaitu "Segowae" yang akan divisualisasikan dengan animasi 2D.

Berdasarkan analisis di atas dapat disimpulkan Perancangan ini bertujuan untuk mendukung program pemerintah "Segosegawe" dengan menciptakan tagline baru yaitu "segowae" yang akan divisualisasikan dengan animasi 2D. Animasi ini ditujukan untuk semua kalangan masyarakat Yogyakarta yang akan diluncurkan pada hari jadi kota Yogyakarta, melalui media elektronik seperti televisi, bioskop, video tron, dan media elektronik luar ruang lainnya. Perancangan ini diharapkan mendapat respon positif dari masyarakat Yogyakarta.

Keywords : Sepeda, Yogyakarta, Segosegawe, segowae

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 (Praxinoscope)	11
Gambar 2 (Gertie The Dinosaur).....	12
Gambar 3 (Felix The Cat).....	12
Gambar 4 (Silly Symphony).....	13
Gambar 5 (Janus Prajurit Terakhir).....	15
Gambar 6 (Snow White & Seven Dwarfs).....	17
Gambar 7 (velocipede).....	28
Gambar 8 (The “Dandy Horse”).....	28
Gambar 9 (<i>High-wheeler</i> (sepeda tinggi).....	29
Gambar 10 (Sepeda dengan rantai).....	30
Gambar 11 (pneumatic tire).....	30
Gambar 12 (Sepeda Onthel).....	31
Gambar 13 (Komunitas Sepeda Onthel).....	32
Gambar 14 (Sepeda Gunung).....	32
Gambar 15 (Sepeda Balap (<i>Road Bike</i>).....	34
Gambar 16 (Sepeda BMX).....	35
Gambar 17 (Sepeda Lipat).....	36
Gambar 18 (Sepeda Lowrider).....	36
Gambar 19 (Sepeda Tinggi).....	37
Gambar 20 (Sepeda Tidur (<i>Recumbent Bicycle</i>).....	37
Gambar 21 (Sepeda Fixie).....	38
Gambar 22 (Sepeda Roda Satu).....	38
Gambar 23 (Sepeda Canggih).....	38
Gambar 24 (Logo Genjot Mulyo).....	77
Gambar 25 (Acuan Karakter Anak Sekolah).....	77
Gambar 26 (Alternatif Karakter Hima).....	78
Gambar 27 (Alternatif Terpilih Karakter Hima).....	78
Gambar 28 (Pose dan Ekspresi Karakter Hima).....	78
Gambar 29 (Standar Karakter Hima).....	79
Gambar 30 (Sepeda BMX).....	80
Gambar 31 (Sepeda Hima).....	80
Gambar 32 (Acuan Karakter Polisi).....	80

Gambar 33 (Alternatif karakter Pak Polisi).....	81
Gambar 34 (Alternatif Terpilih karakter Pak Polisi).....	81
Gambar 35 (Standar karakter Pak Polisi).....	82
Gambar 36 (Karakter si Doni).....	82
Gambar 37 (Karakter Pak Camat).....	82
Gambar 38 (Karakter Pak Guru).....	83
Gambar 39 (Karakter Pak Pos).....	83
Gambar 40 (Karakter Pegawai kantor).....	83
Gambar 41 (Background rumah si Hima).....	84
Gambar 42 (Background garasi rumah si Hima).....	84
Gambar 43 (Background jalan raya).....	84
Gambar 44 (Poster Event).....	85
Gambar 45 (Poster Kampanye).....	85
Gambar 46 (Spanduk Event).....	86
Gambar 47 (Spanduk Kampanye).....	86
Gambar 48 (Studi Flyer).....	87
Gambar 49 (Stiker).....	87
Gambar 50 (Pin).....	87
Gambar 51 (Gantungan Kunci).....	87
Gambar 52 (Kaos).....	87
Gambar 53 (Standard Warna Si Hima).....	88
Gambar 54 (Sepeda Hima).....	88
Gambar 55 (Standar warna Pak Polisi).....	88
Gambar 56 (Karakter si Doni).....	89
Gambar 57 (Karakter Pak Camat).....	89
Gambar 58 (Karakter pak Guru).....	89
Gambar 59 (Karakter Pak Pos).....	89
Gambar 60 (Karakter Pegawai Kantor).....	89
Gambar 61 (Tagline Segowae).....	102
Gambar 62 (Poster Event).....	102
Gambar 63 (Poster Segowae).....	103
Gambar 64 (Spanduk Event).....	103
Gambar 65 (Spanduk Segowae).....	104

Gambar 66 (Flyer Event).....	104
Gambar 67 (Stiker).....	105
Gambar 68 (Pin dan Gantungan Kunci).....	105
Gambar 69 (Kaos Warna).....	105



DAFTAR TABEL

Tabel 1 (Frame per cut Iklan ILM “Sungai Bersih)	24
Tabel 2 (Jadwal Media)	57
Tabel 3 (Script Versi 1)	64
Tabel 4 (Script Versi 2)	64
Tabel 5 (Rundown acara)	72
Tabel 6 (Biaya Bahan Baku)	73
Tabel 7 (Biaya bahan penunjang)	73
Tabel 8 (Biaya Tenaga Kerja).....	73
Tabel 9 (Biaya Produksi)	74
Tabel 10 (Harga Pokok Penjualan)	76
Tabel 11 (Storyboard Versi 1)	85
Tabel 12 (Storyboard versi 2)	91



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SUB JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Perancangan.....	4
D. Manfaat Perancangan.....	5
E. Lingkup Perancangan.....	5
F. Metode Perancangan	5
G. Sistematika Perancangan	7
H. Skematika Perancangan	9
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Perkembangan Animasi.....	10
2. Jenis-jenis Animasi	17
3. Standar Waktu Animasi	20
4. Cara Pembuatan Animasi	21
5. Studi Animasi 2D	22
6. Fungsi Animasi	27
B. Data Produk	27
1. Sejarah Sepeda	27
2. Jenis-Jenis Sepeda.....	31
3. Perkembangan Sepeda Di Indonesia	39

4. Studi Literatur Masyarakat Yogyakarta Tentang Sepeda	41
C. Data Klien.....	45
D. Analisis Data.....	47
1. What.....	47
2. Who	48
3. When	48
4. Why	48
5. Where	48
6. How.....	49
E. Kesimpulan Analisis Data	49
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	51
A. Pra Produksi	51
1. Tujuan Komunikasi	51
2. Strategi Komunikasi	51
B. Konsep Media (<i>Media Plan</i>)	52
1. Tujuan Media	52
2. Strategi Media	53
3. Paduan Media (<i>Media Mix</i>)	53
4. Jadwal Media.....	57
C. Konsep Kreatif.....	57
1. Isi Pesan.....	57
2. Bentuk Pesan	57
3. Sinopsis	58
4. Story Line	59
5. Script	61
6. Format	67
7. Konsep Visual	67
D. Produksi	69
1. Key Animation	69
2. In Between	69
3. Background Setting	69
4. Scan	70
5. Colouring.....	70

6. Compose.....	70
E. Pasca Produksi	70
1. Dubbing	70
2. Final Compose.....	70
3. Noise Desain.....	70
4. Mastering.....	71
F. Teknis Perancangan	71
1. Pra Produksi	71
2. Produksi.....	71
3. Pasca produksi	71
G. Rundown Acara	71
H. Prakiraan Biaya	72
BAB IV VISUALISASI DESAIN	76
A. Layout.....	76
1. Typografi.....	76
2. Warna	77
3. Karakter.....	78
4. Background	85
5. Media Pendukung.....	86
B. Perancangan	88
C. Storyboard	90
D. Final Artwork	102
BAB V PENUTUP	123
A. Kesimpulan	123
B. Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Masalah

Yogyakarta antara awal tahun 1946 sampai akhir tahun 1949, selama lebih kurang 4 tahun, menjadi Ibukota Negara RI. Pada masa itu para pimpinan bangsa Indonesia berkumpul di kota perjuangan ini. Seperti layaknya sebuah ibukota, Yogyakarta memikat kedatangan para remaja dari seluruh penjuru tanah air yang ingin berpartisipasi dalam mengisi pembangunan negara ini yang baru saja merdeka. Namun untuk dapat membangun suatu negara diperlukan tenaga-tenaga ahli, terdidik dan telatih. Alasan itulah yang melatar belakangi pemerintah RI untuk mendirikan sebuah universitas, yang kita kenal dengan nama Universitas Gajah Mada, merupakan universitas negeri pertama yang lahir pada masa kemerdekaan. Pada waktu selanjutnya juga berdiri lembaga-lembaga pendidikan, baik negeri maupun swasta di kota Yogyakarta, sehingga hampir tidak ada cabang ilmu pengetahuan yang tidak diajarkan di kota ini. Hal ini menjadikan kota Yogyakarta tumbuh menjadi kota pelajar dan pusat pendidikan. Sarana mobilitas paling populer di kalangan pelajar, mahasiswa, karyawan, pegawai, pedagang dan masyarakat umum pada saat itu adalah sepeda, yang merupakan sarana transportasi yang digunakan disegala kondisi, sehingga menjadikan Yogyakarta pada waktu itu dikenal dengan sebutan kota sepeda.

Keberadaan transportasi sepeda ini menjadi sesuatu yang diandalkan dari pasca kemerdekaan hingga awal 1980-an. Setelah periode tersebut, sampai sekarang sepeda masih menjadi andalan untuk masyarakat Yogyakarta, namun dari segi jumlah dapat dikatakan menurun drastis, bahkan dari mayoritas menjadi minoritas.

Berkaitan dengan hal diatas, keadaan di Yogyakarta saat ini sudah mengalami perubahan, karena terlalu banyaknya pengguna sepeda motor yang selama ini dianggap menjadi alat transportasi yang efektif, maka timbul dampak negatif akibat pemakaian sepeda motor tersebut, yakni timbulnya

efek rumah kaca akibat berlebihnya pencemaran udara yang berasal dari emisi bahan bakar sepeda motor dan alat transportasi berbahan bakar gas bumi.

Kota Yogyakarta semakin panas, jalanan sesak dipadati oleh pengendara sepeda motor, bahkan kemacetan di jalan tertentu kerap terjadi, seperti di persimpangan jalan Gejayan hingga ring road utara, persimpangan Tugu, bawah rel kereta api ke arah Jalan Maliororo. Sebanyak 10 titik di Yogyakarta yang rawan polusi, diantaranya simpang empat Pingit, simpang empat Jalan Magelang, simpang empat Kantor Pos Pusat, seputaran Tamn Parkir Abu Bakar Ali, simpang empat Godong Tengen, Jalan Laksda Adisucipto, Terminal Giwangan, Simpang empat Gedong Kuning dan pertigaan Kantor Pos Kota Gede¹.

Menanggapi permasalahan tersebut di atas, pemerintah Yogyakarta mulai menggalakkan upaya-upaya untuk mengurangi dampak negatif yang muncul akibat meningkatnya polusi udara yang ada di Yogyakarta saat ini, upaya-upaya tersebut diantaranya adalah dengan mengadakan gerakan tamanisasi di pinggir-pinggir jalan Kota Yogyakarta. Disisi lain, yang berkaitan dengan gerakan kembali bersepeda, Pemerintah juga mengupayakan dengan membentuk program “segosegawe” (*sepeda kanggo sekolah lan nyambut gawe*) yaitu program yang merupakan gerakan yang menumbuhkan kesadaran akan lingkungan dan juga kesederhanaan pada setiap masyarakat Yogyakarta².

“Segosegawe” merupakan gerakan untuk melatih diri bersikap sederhana khususnya bagi generasi muda. Sebuah sikap yang pada saat ini menjadi sesuatu yang langka. Sebagai contoh dengan penggunaan sepeda, anak sekolah diharapkan mampu mengembangkan semangat kesederhanaan, konsep percaya diri, serta menghargai orang lain dari sudut harkat dan

¹ Koran Harian KR, Ika Rosita, Kepala Bidang Pengawasan dan Pemulihan Lingkungan Hidup Pemerintah Kota Yogyakarta, saptu legi 23 januari 2010.

² Herry Zudianto, <http://newyorkyakarta.net/segosegawe-dan-keistimewaan-sepeda-di-yogyakarta>

martabat kemanusiaan. Dengan kata lain diharapkan tumbuhnya penghormatan prestasi seseorang bukan pada aspek materi yang terlihat pada seseorang³. Hal tersebut memang sangat erat hubungannya dengan Yogyakarta sebagai kota berbudaya yang penuh dengan kesederhanaan dan kesadaran akan kepedulian lingkungan.

Upaya pemerintah dalam menggalakan kembali budaya bersepeda mendapat tanggapan dari Masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya komunitas sepeda yang mulai bermunculan di Yogyakarta saat ini, diantaranya adalah Komunitas sepeda “JogjaXtreme” yang fokus dengan para penggemar sepeda gunung, Koprasi Genjot Mulyo, Komunitas sepeda “OSASA” (Obahing Sikil Agawe Sehat ing Awak) mempunyai 40 anggota yang sebagian besar berprofesi sebagai pegawai negeri, Kampus UGM juga mendirikan sebuah komunitas “Jaringan Sepeda Hijau” dimana memberikan fasilitas kepada mahasiswa UGM untuk bersepeda di sekitaran kampus UGM.

Komunitas-komunitas di atas membuktikan bahwa masyarakat Jogja turut andil dalam membudayakan kembali bersepeda.

Salah satu komunitas yang turut andil dalam membudayakan kembali bersepeda adalah Koperasi Genjot Mulyo. Koperasi yang didirikan sejak tahun 2009 ini tidak memfokuskan penggunaan satu jenis sepeda saja, namun berbagai macam jenis sepeda dapat bergabung di dalamnya.

Keseriusan Koperasi ini sudah tidak diragukan lagi, berbagai kegiatan sudah dilakoninya. Koperasi yang dulunya hanya sebagai kumpulan pecinta sepeda ini, sekarang sudah memantab kan untuk fokus ke dalam kegiatan-kegiatan bersepeda, bahkan semua kalangan termasuk anak-anak pun juga sudah mulai dikenalkan tentang bersepeda.

Kampanye yang akan dibuat berdasarkan permintaan klien ini akan dirancang dengan perantara audio visual menggunakan teknik animasi 2D, animasi 2D merupakan teknik yang diharapkan dapat menjadi perantara sebuah pesan kepada audience yang menarik, efektif, komunikatif, dan

³ H. Herry Zudianto, <http://www.jogjakota.go.id>

menyentuh ke semua kalangan masyarakat Yogyakarta. Hal tersebut berkaca dari animasi 2D kampanye busway Trans Jakarta yang di produksi oleh studio “Hello Motion” di Jakarta, dimana sampai saat ini busway masih menjadi transportasi andalan di Jakarta dan juga tokoh karakter BangOne yang da di stasiun televisi swasta pun juga menggunakan teknik animasi 2D, dan itu juga sebagai bukti animasi 2D dapat disukai di semua kalangan.

Perancangan animasi ini diharapkan dapat diterima oleh masyarakat sehingga masyarakat dapat termotifasi untuk kembali menggunakan sepeda, bukan hanya sebagai hobi dan keadaan, namun sebagai gaya hidup.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang Animasi 2D dan media pendukung lainnya yang menarik, efektif, dan komunikatif sehingga masyarakat termotifasi untuk kembali bersepeda sebagai gaya hidup?

C. Tujuan Perancangan

1. Menciptakan animasi 2D Yogyakarta sebagai kota yang mempunyai ciri khas kota sepeda.
2. Menciptakan animasi 2D yang menarik, unik, dan komunikatif dengan bentuk visual yang mengacu pada budaya lokal Yogyakarta.
3. Menciptakan Animasi 2D yang diharapkan mampu untuk memberikan kesadaran akan lingkungan dan kesederhanaan dengan bersepeda dengan pendekatan gaya hidup (*lifestyle*).

D. Manfaat Perancangan

1. Bagi Mahasiswa

Perancangan ini dapat menjadi ajang kreatifitas, pembelajaran, serta menambah wawasan dalam menciptakan karya seni desain yang diterapkan dalam masyarakat.

2. Bagi Institusi

Perancangan ini dapat menjadi tolak ukur dalam meninjau kemampuan mahasiswa dalam proses pembelajaran penerapan karya seni desain dalam kasus nyata di masyarakat.

3. Bagi Masyarakat

Perancangan ini dapat menambah motivasi masyarakat kota Yogyakarta untuk menjadikan masyarakat Yogyakarta yang berbudaya dan peduli terhadap lingkungannya.

E. Lingkup Perancangan

Dalam perancangan Animasi 2D untuk kampanye Yogyakarta sebagai Kota Sepeda ini, lingkup perancangan hanya sebatas perancangan movie clip animasi 2D yang mencakup karakter serta pendukung karakter yang terlibat didalamnya sebagai media utama dan juga media pendukung yang dianggap efektif untuk Animasi ini.

F. Metode Perancangan

1. Data Yang Dibutuhkan

Data yang dibutuhkan yaitu :

a. Data Verbal

Yaitu data yang diperoleh dari pengamatan (apa yang terjadi) atau hasil wawancara (apa yang dikatakan) serta bisa berupa deskripsi informasi lainnya (misalnya dari dokumen seperti koran, majalah, buku buku, website, dan lainnya) dan hasil pengukuran yang berkaitan dengan tema yang diangkat.

b. Data Visual

Yaitu data yang dapat diperoleh dari hasil dokumentasi berupa foto, video, Televisi, dan lainnya, tentunya yang juga berkaitan dengan tema yang diangkat.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ini dapat diperoleh dengan cara mencari daftar data pustaka, survey, media Internet, media cetak, dan juga wawancara.

3. Alat/Instrumen yang digunakan

Didalam perancangan perancangan Kampanye Animasi 2D ini, hanya dibutuhkan seperangkat komputer PC, software 2D dan *compositing* yang berguna dalam menciptakan visualisasi *computer graphic*. Dalam hal ini software yang akan digunakan adalah software Adobe Flash CS5, Adobe After Effects dalam proses *compos*, Adobe Premier untuk editin audio dan visual dan Adobe Photoshop untuk coloring. Sedangkan untuk pembuatan storyboard, keypost, dan in between, dibutuhkan alat berupa, alat gambar seperti pensil dan penghapus, kemudian alat yang dibutuhkan untuk proses penganimasian adalah, *light box*, pegbar, kertas animasi, dan *scaner*.

4. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam menganalisis berbagai permasalahan didalam perancangan Kampanye Animasi 2D ini adalah menggunakan metode analisis 5W+1H (*What, Who, When, Why, Where and How*). Didalam analisis data ini akan dijawab 6 pertanyaan yang berhubungan mengenai perancangan kampanye dengan format 2D *computer graphics*

5. Langkah-langkah Perancangan

Pertama yang akan dilakukan adalah proses praproduksi, diantaranya: membuat naskah scenario alur cerita, mendesain sketsa karakter-karakter, dan membuat *storyboard*.

Didalam proses produksi, diantaranya: pembuatan *Keypost* yang mengacu pada *storyboard* yang telah dibuat sebelumnya, itu akan menjadi petunjuk dalam mengimajinasikan gerakan dalam setiap *cut*, kemudiahn hasil dari *keypost* tersebut akan dilakukan proses in *betweening*, yaitu dimana gerakan akan diperhalus dengan menggambar gerakan diantara *key* yang sudah dibuat sebelumnya, setelah itu *cut* yang sudah jadi akan di *scaner* dan kemudian dilakukan proses *colouring*.

Selanjutnya pada proses pascaproduksi dilakukan proses *compositing* dan *editing*.

G. Sistematika Perancangan

1. BAB I. PENDAHULUAN

- a. Latar Belakang Masalah
- b. Rumusan Masalah
- c. Tujuan Perancangan
- d. Manfaat Perancangan
- e. Lingkup Perancangan
- f. Metode Perancangan
 - 1) Data Yang dibutuhkan
 - 2) Metode Pengumpulan Data
 - 3) Alat/Instrumen yang dibutuhkan
 - 4) Metode Analisa Data
 - 5) Langkah Langkah Perancangan

2. BAB II. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS

- a. Landasan Teori
- b. Data Produk
- c. Data Klien
- d. Analisis Data
- e. Kesimpulan Analisis Data

3. BAB III. KONSEP PERANCANGAN

a. Pra Produksi

- 1) Tujuan Komunikasi
- 2) Strategi Komunikasi
- 3) Konsep Media
- 4) Paduan Media
- 5) Konsep Kreatif
- 6) Sinopsis
- 7) Format
- 8) Konsep Visual

b. Produksi

- 1) Pasca Produksi
- 2) Teknis Perancangan
- 3) Rundown Acara
- 4) Prakiraan Biaya

4. BAB IV. PROGRAM PERANCANGAN

a. Pra Produksi

b. Produksi

c. Kerabat Kerja Produksi

d. Pasca Produksi

e. Karya Jadi

5. BAB V. PENUTUP

a. Kesimpulan

b. Saran

H. Skematika Perancangan

